短视频平台农村女性形象建构研究——以抖音为例

郭蕾

北京印刷学院 北京 102627

【摘要】：随着短视频平台的蓬勃发展，人们的形象建构又有了新的发展舞台。长久以来，农村女性都是一个被忽视的群体，因为没有发声的渠道，也逐渐变成社会中的失语者。而由于短视频平台的低门槛、表达直接、有社交属性等原因，大量农村女性也利用短视频平台建构自己的网络形象，让更多人关注到了农村女性这一群体。本文主要通过参与式观察、深度访谈等方式，探讨农村女性在短视频平台赋权下的形象建构及动因，并提出自己的思考与建议。

【关键词】：短视频；农村女性；形象建构；抖音

一、绪论

（一）研究背景

随着互联网技术不断发展，短视频平台也逐渐占据人们的生活场景。2016 年被称为是“短视频元年”，很多视频生产者也将展示自己的舞台前移到了短视频平台。近几年，短视频平台也不断发力，抖音、抖音、小火山以及今日头条等平台充斥人们生活，成为人们进行展示自我、进行社交的舞台。

《2021 中国网络视听发展研究报告》显示，截至 2020 年 12 月，中国网络视听用户规模达 9.44 亿，网民使用率为 95.4%。在各个细分领域中，短视频的用户使用率最高，达 88.3%，用户规模 8.73 亿[1]；根据 CNNIC 发布的《第 50 次中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2022 年 6 月，我国网民男女比例为 51.7:48.3，与整体人口中男女比例基本一致。数据显示，我国网民中男女性别比例从 1997 年 10 月的 87.7:12.3，降低至 2022 年 6 月的 51.7:48.3，与当年全国人口性别比（51.6:48.487）基本持平。男性、女性人口互联网普及率分别达 74.4%、74.3%，高于全球水平约 12 个百分点和 17 个百分点 88。互联网正深刻改变着两性群体的社会参与方式，为不同性别个体的自身发展和价值实现提供了更多机会，为数字社会发展带来新活力。[2]

据估算，中国乡村女性人口数量约为 2.68 亿，这一庞大的群体，在大众传播媒介中呈现出数量稀少、形象单一的特点。随着短视频在乡村的普及，乡村女性实现了从被遮蔽、被呈现，到主动自我呈现的转变，也获得了一定程度上的话语平权和情感释放，以及自我形象建构的权力。如此庞大的群体，目前学界并没有对此进行充分关注，本文试图揭示出其女性进行形象建构的类型及动因。

（二）概念界定

1、农村女性

越来越多的女性开始上网，随着上网设备普及、社会进步、工作需要以及女性自我意识

[1] 周结.2021 中国网络视听发展研究报告.[R].2021 年 6 月.

[2] 中国互联网络信息中心（CNNIC）.第 50 次中国互联网络发展状况统计报告[R].2022 年 6 月.

的觉醒等原因，更多女性愿意在网络展现自我。2019 年以来，农村网红博主李子柒关于农村主题的视频不断登上热搜，引起了广泛关注。农村生活也逐渐进入人们的视野，农村生活视频不断出现，更多的农村女性借用短视频表现自己的农村生活。短视频平台的兴起正是为女性自我展示，建构形象提供了平台。越来越多的农村女性展示自己，对网络形象进行自我维护与建构。

由于时间以及人力、物力等原因，这里不讨论抖音平台的农村网红，而是聚焦生活在农村的普通女性，以普通农村女性的形象建构为关注重点，研究她们的自我呈现的类型及文化动因，并提出自己的思考与建议。

（三）研究方法

1、文献研究法

在确定研究的选题后，首先进行了广泛的文献搜集与整理，并且进行分类阅读。对关于农村女性在短视频平台的使用现状进行了解，以及对农村女性在短视频平台的形象建构研究有所了解。厘清了农村女性运用短视频平台进行形象建构的发展历程，并以此为依据形成本研究的基本思路。

2、参与式观察法

本文通过参与式观察进行了相关资料的收集，首先是在抖音短视频平台进行搜索，以“农村”、“农业”、“农民”、“乡村”、“村庄”等为关键词搜索相关用户、视频文本内容，并结合账号主界面所显示的性别和地点以及所发布的内容确定农村女性的身份。同时对平台的功能、视频拍摄等进行亲身的体验，了解农村女性在抖音进行自我呈现的体验。

3、深度访谈

为了深入了解农村女性在抖音平台的形象建构的特征与动因，本文同样采用了访谈的方式对农村女性在短视频平台的表现进行了探讨，由于人力、物力局限，本文对农村女性的访谈围绕在作者认识的几个人，作为了解农村女性在短视频平台形象建构的基础。

二、农村女性在短视频平台形象建构的类型

根据抖音的平台运营特性，用户在抖音平台上的形象建构主要表现为自主进行的网络形象设计。例如上传自己喜欢的头像和签名，进行个人身份资料的填写，自主编辑和上传作品，本文通过对农村女性的抖音账号及其发布的短视频内容进行分析，分析农村妇女这一特殊群体在抖音中所展现的形象特征。

（一）追求自我，摆脱束缚

一个人的形象是在群体中生活的名片，长久以来中国的农村女性在人们中的形象比较单一、而人们心中的农村女性往往是带着“土”“落后”等的形象，随着新的短视频平台的出现，尤其是短视频平台关注下沉市场，传播权逐渐下放，原来信息比较闭塞，观念落后、作为失语者的农村女性也可以表达自己，实现自我期待。

从农村女性对名称设置和页面信息的设置来看，农村女性对自我的追求主要体现在对自身农村身份的认可。农村女性愿意将自己的真实身份和信息呈现出来，除此之外，农村女性的抖音账号的页面设置中也更加愿意使用本人照片或者与家人的照片作为头像，这些都说明了农村女性主体意识的觉醒，她们致力于摆脱束缚，打造理想中的自我形象。但与此同时她们也更加认可和接受现实中的自我形象，没有迷失在抖音所营造的虚拟的形象中，而是在努力寻求理想形象与现实形象的平衡和统一。[1]



图 1 农村女性名称设置

（二） 诙谐幽默，乐观向上

本文所讨论的农村女性是生活在农村的普通女性。在家庭中，夫妻、母子、婆媳等多样性的身份关系特征给大多数的农村女性施加了压力。而她们在经济来源、生活条件、劳动强度等方面同样具有很大的压力。因此，很长一段时间，受到刻板印象以及传统观念的束缚，在人们心中农村女性往往是苦难多、封建、悲观的形象，目前短视频中很多农村女性一改过去受传统观念所压抑和束缚的刻板形象，呈现出诙谐幽默、乐观向上的积极的自我形象。



[1] 朱雪娇. 短视频中农村女性形象的自我建构与呈现研究[D].南昌大学,2021.

图 2 农村女性投放的视频

（三） 勇于表达情感，重视家庭

在传统媒体时代，农村女性受传统观念的影响一直是以一种羞于表达自己、保守封闭的形象出现的。新媒体平台的出现给她们提供

了证明自己的机会，为她们提供了展现自我的平台。从视频内容中可以看到，大多数农村女性乐于分享自己与家人的生活，同家人旅行、朋友聚餐、分享可爱的孩子、疼爱自己的老公，在短视频中，她们可以尽情展现自己的情感世界。这有利于打破人们刻板印象中的农村女性形象。

同时，农村女性还有其他的自我呈现的类型，比如精明更干、经济独立，对自己工作的记录，或者利用短视频平台的流量实现盈利等等。目前，农村女性的视频类型更加多样，农村女性在人们心目中的形象有了更新的发展。[1]



图 3 农村女性发布的视频

三、农村女性进行形象建构的动机

目前农村女性在短视频中建构与呈现的形象类型多样，大多数的农村女性在抖音平台中所进行的自我形象建构都呈现出积极的一面。外部环境的改变为农村女性的自我呈现提供了有利的条件支撑，但同时对于农村女性自身来讲，也是一自我情感需求、自我期待的满足。研究发现，农村女性对于自我形象的建构也呈现出多方面的动机。

（一）自身因素

1、展现自我，满足社交需求

目前生活节奏逐渐变快，短视频的社交功能也可以很好地适应人们快节奏的生活。农村女性可以利用比较零散的时间接触到其他人的生活状态、场景、现状，了解到外部的信息。并快速方便地分享个人的相关信息。总之，短视频的出现更加全面、及时、实用和有效的传递了信息。这些来自于短视频的信息，其所具有的碎片化的特征更加符合快节奏生活中用户的使用习惯，能够更加精准的覆盖受众。农村女性通过对短视频的接触和使用，不断地获得外界信息并以此为依据来认识外部世界。

农村女性可以通过抖音中的视频评论、私信等方式与其他人进行沟通、进行情感联系，抖音中的话题推荐功能及本地用户推荐功能可以让农村女性迅速找到自己所属的群体。通过对群体中其他成员的观察，进行一定的模仿和学习，找到自己与其他群体成员的共通性，从而实现群体归属感和身份认同。

2、休闲娱乐，记录生活

由于生活环境的影响，一般百姓很难接触到高雅的艺术形式。而短视频的形式与始终和

---

[1] 黄克瑶. 农村女性在短视频中的自我呈现[D].武汉大学,2020.

普通大众保持一定距离的高雅艺术相比，是可以容纳普通大众并满足他们较为低级和普通的娱乐需求的。短视频与生俱来的“草根化”的特性，恰恰与当今社会日渐世俗化的审美的趋势相投。在某种程度上来看，短视频的出现对于一直以来缺少现代化的文娱活动的一般大众来讲，是一种精神上的满足。[1]

同时农村女性发布的视频大部分是生活的记录，比如在对农村女性进行访谈时，她们提到主要是想记录自己孩子的成长，现在生活的美满，想要把美好的瞬间记录下来的想法。

3、自我期待的满足

农村女性在与他人的交往互动中感知其他人对自己的评价，而后对于自己的形象、行为有一定的认识，同时产生一定的自我期待，并且去根据这种期待不断试完善自我，建构自己的形象。（如图 4）农村女性将自己的这种形象透过短视频平台的信息、视频表达出来，实现将理想中的形象建构出来。[2]农村女性对于短视频平台中的特效、功能接受度比较高，他们往往会自己选择特效、音乐等，让自己的形象更加符合自己心中的期待形象。

（二）外部因素

1、社会风气改变，教育普及



图 4 农村女性视频评论

在以往认知中，人们往往认为女性应该“大门不出，二门不迈。”“女子无才便是德”但是随着男女平等观念的渗透与传播，农村女性同样具有展示自我的权利。同样，由于义务教育的普及，教育改革，农村中不乏高学历的人群。教育更多的改变了人们的价值观，农村女性虽然在农村，但是她们同样接受到了新的观念、信息，观念的力量促进了农村女性主题角色的转变和自我意识的觉醒。她们不再是落后、愚昧，而是更加渴望他人和社会的认同，并希望与时代的发展所同步。社会整体的开放、平等的氛围，激励农村女性敞开心扉，勇敢的

[1] 朱雪娇. 短视频中农村女性形象的自我建构与呈现研究[D].南昌大学,2021.
[2] 冯菊香,刘俊怡.抖音短视频中农村青年女性媒介形象建构[J].新媒体研究,2021,7(06).

展现自我。

2、短视频兴起，符合人们的使用习惯

移动互联技术的发展带来了智能手机的普及，并使它逐渐代替传统媒体成为人们获取信息的主要工具，而这也为短视频的出现提供了更多的方便和发展空间。人们时时刻刻都可以随心所欲地通过手机来观看视频。短视频平台简单易学、特效丰富、时长合适等特点正好符合人们当下的使用习惯，也更适合平常中的农村女性使用。

短视频实现了前所未有的用户使用规模，甚至成为社会人际交往的重要平台。媒介大环境的带动下激发了农村女性的短视频创作和生活分享的欲望。短视频的发展给农村女性提供了发声的平台，使得农村女性逐渐从“失语”的境况中走了出来。

当下农村女性在短视频平台进行自我形象的建构有多方面的原因，自身因素和外部因素等各方面原因，促成了更多的平常用户进行个人形象的展示。人们终于不再只围绕意见领袖，观看他们进行自我呈现，农村女性在短视频平台的想象建构同样意味着女性意识的觉醒。

四、视频呈现中的问题

（一）过度的信息暴露

抖音平台中的部分农村女性选择自我呈现时常常使用美颜、特效等方式呈现自我想象，连选择的文案也都是精心选择过，开始进行对自我形象的塑造。在被观看的心理作用下，他们将自己比较私人的生活场景也都呈现在抖音这样的短视频平台。为了获得关注，她们最大限度的，甚至疯狂的呈现自己的生活场景和形象，乐于展示自己的身材，这也将导致过度景观化。同时，部分农村女性的隐私意识并不那么强，在视频拍摄过程中往往将自己的个人信息拍摄进去，这有可能侵犯他人的权益，同时有可能是自己的信息暴露，被不法分子利用。

（二）价值观的扭曲

部分农村女性为了获得他人的关注故意采用扮丑、故意搞笑、耍宝，创造无意义的符号。在对农村女性进行访谈时，她们谈到自己会看到这样的内容，刚开始觉得好笑，而很多人采用同样的话术，就会很枯燥，产生厌烦的情绪，表示这是对农村女性形象的抹黑行为。有部分女性分辨不出价值观不正的语言，而将它们在视频中呈现，比如，之前的“女子被丈夫投进化粪池”事件后，有部分女性将此作为调侃、搞笑，以轻松的形式在文案中表达，而面对他人的反驳，她们却不以为然。这有可能造成其他人的跟风，不利于社会正确价值观的塑造与传播。

农村短视频作为当下颇具争议的视觉景观，它的文化生产和流行性反映了城乡社会二元割裂的现实和现代人追逐快感的娱乐需求。具体来看，农村短视频的视觉文本内容延续着景观生产逻辑，容易被忽视的弱势群体以求关注、求认同、获得资本的心理进行着自我呈现和自我推销，试图在虚拟世界创造“第二生活”；另一方面，在农村短视频的传播过程中，大众基于现实社会的各种情感体验对农村符号进行解码，或质疑、或谴责、或认同、或搬运加工，不断进行着农村短视频景观的二次建构。这其中出现了很多的问题，也需要相关部门、短视频平台加以重视，正确引导人们使用。同时农村女性应该提高自己的媒介素养，接受正确价值观的培育。

五、总结反思

目前短视频的用户覆盖率飞速上升，为长期处于封闭空间的农村女性提供了认识自我、展现自我的舞台，成为农村女性进行自我表达的窗口。农村女性在现代传播活动中逐渐掌握话语权和传播的主动权。通过研究发现，农村女性在短视频中实现自我期待，满足社交需求的同时，向社会大众展现出了多元化的农村女性形象，改变了人们以往印象中对农村女性的刻板印象。但是，目前也有新问题的出现，比如、人们的保护隐私的意识还不强，同时，出

于对经济效益的追求，某些农村女性不惜刻意丑化自我形象，因此导致农村女性的媒介形象与现实形象出现了一定的偏差。这又造成了人们对农村女性新的刻板印象。这不仅需要加强短视频平台的监管，帮助农女性树立正确的社会性别意识、正确价值观。对于农村女性自身而言，也需要提高媒介素养，积极运用媒介形象的呈现来引导现实形象的改变。

由于人力、物力等因素的局限，本研究只针对与笔者接触较密切的农村女性，也造成了访谈内容的不全面，不能了解到其他女性的想法。同时由于抖音平台的农村女性用户较多，本文主要针对抖音短视频平台，探讨内容业有所局限。

参考文献

[1]刘伟. 短视频平台中乡村女性的自我呈现与自我认同研究[D].扬州大学,2022.

[2]李娟. 社会性别视角下乡村女性的自我呈现[D].武汉体育学院,2022.

[3]桑彤. 山东人民广播电台抖音号的女性形象建构研究[D].山东师范大学,2021.

[4]朱雪娇. 短视频中农村女性形象的自我建构与呈现研究[D].南昌大学,2021.

[5]陈凯旋. 抖音号农村女性形象的多元建构及其传播研究[D].华中科技大学,2021.

[6]李宇. 空间场域下的留守妇女媒介形象研究[D].西北大学,2021.

[7]冯菊香,刘俊怡.抖音短视频中农村青年女性媒介形象建构[J].新媒体研究,2021,7(06).

[8]黄克瑶. 农村女性在短视频中的自我呈现[D].武汉大学,2020.

[9]肖雯月. 移动短视频中的女性形象建构研究[D].湖北大学,2019.

[10]陆新蕾,单培培.可见与不可见:短视频平台中农村女性的身体叙事研究[J].新闻与写作,2022(11):42-50.

[11]涂浪静,王婷.短视频语境中农村青年女性媒介形象分析[J].声屏世界,2021(22):93-95.

[12]栾铁玫,张杏.乡村女性短视频话语实践中的束缚与合谋[J].传媒观察,2021(10).

[13]古宸璨.快手短视频中农村女性的“自我书写”[J].视听,2021(09).

[14]冯家霞.乡村短视频中农村女性的媒介依赖研究[J].西部广播电视,2021,42(17):32-34.

[15]栾铁玫,张杏.中国乡村女性短视频的自我呈现与话语实践[J].传媒观察,2021(07).

[16]张智华,李赟.短视频中的农村女性形象分析[J].新闻战线,2021(05):99-101.